

# Motiver, rémunérer et évaluer un réseau de vendeurs

Des vendeurs motivés vendent plus, restent plus longtemps et recrutent autour d'eux. Pour des vendeurs indépendants, la motivation ne passe ni par l'autorité ni par la sanction, mais par une rémunération juste, la reconnaissance, la formation et l'animation.

## Comprendre la motivation

| Approche | Idée clé                                                                                                                   | Application au réseau                                                        |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Maslow   | Des besoins hiérarchisés : sécurité, appartenance, estime, accomplissement                                                 | Revenu régulier, esprit d'équipe, reconnaissance, évolution vers l'animation |
| Herzberg | Les facteurs d'hygiène évitent l'insatisfaction ; les facteurs moteurs (réussite, reconnaissance, responsabilité) motivent | Commissions payées à l'heure et outils fiables ; trophées, rôle de marraine  |
| Vroom    | On s'engage si l'effort paraît mener au résultat et si la récompense a de la valeur                                        | Objectifs atteignables, règles claires, récompenses désirées                 |

## Rémunérer

| Formule             | Principe                                                                        | Points de vigilance                                                                  |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Taux unique         | Même pourcentage sur tout le chiffre d'affaires                                 | Simple, mais ne récompense pas la performance                                        |
| Barème par tranches | Chaque taux s'applique à la part du chiffre d'affaires comprise dans sa tranche | Progression continue ; vérifier que personne n'y perd par rapport à l'ancien barème  |
| Barème par paliers  | Le taux du palier atteint s'applique à tout le chiffre d'affaires               | Effet de seuil : un petit chiffre d'affaires en plus peut faire bondir la commission |
| Primes              | Démarrage, parrainage, objectifs, challenges                                    | La prime de parrainage dépend des ventes réelles de la recrue                        |

Exemple : barème de 22 % jusqu'à 2 000 €, 25 % de 2 000 à 4 000 €, 28 % au-delà. Pour 3 500 € :  $2\,000 \times 22\% + 1\,500 \times 25\% = 815$  €. Avec un taux unique de 24 %, le conseiller aurait touché 840 € : ce barème n'est favorable qu'au-delà de 4 500 € de chiffre d'affaires mensuel.

## Stimuler : les challenges

- Objectif chiffré, période courte (un à trois mois), règlement simple, communiqué avant le départ.
- Classement sur la progression plutôt que sur le chiffre d'affaires absolu, catégories (débutants, confirmés) et récompense accessible à tous ceux qui atteignent l'objectif.
- Dotations désirées (voyages, cadeaux, expériences), remise des prix publique, résultats publiés régulièrement.
- Bilan :  $\text{chiffre d'affaires supplémentaire} \times \text{taux de marge sur coûts variables} - \text{coût du challenge}$  ; hausse minimale qui couvre le coût =  $\text{coût} \div \text{taux de marge}$ .

## Évaluer et piloter

| Famille d'indicateurs | Exemples                                                                          |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Activité              | Ateliers ou visites, taux d'activité des vendeurs                                 |
| Résultats             | Chiffre d'affaires, panier moyen, taux d'acheteurs, taux d'atteinte des objectifs |
| Développement         | Taux de rebond, recrues, taux d'activation                                        |
| Qualité               | Rétractations, réclamations, satisfaction des clients                             |

Le tableau de bord mensuel suit ces indicateurs par vendeur et pour l'équipe. L'entretien individuel avec un vendeur dont l'activité baisse se prépare (historique chiffré), se conduit avec bienveillance (questions ouvertes, écoute, reformulation) et débouche sur des solutions acceptées et un point de suivi. Un vendeur indépendant reste libre de réduire ou d'arrêter son activité : pas de quota imposé, pas de menace.

### À retenir

- La motivation repose sur la rémunération, la reconnaissance, la formation et l'appartenance.
- Barème par tranches : progression continue ; barème par paliers : effet de seuil.
- Un challenge se juge à la marge supplémentaire qu'il produit, comparée à son coût.
- Le pilotage combine indicateurs d'activité, de résultats, de développement et de qualité.

**Pour aller plus loin :**

[Fiche ressource – Recruter, former et accompagner des vendeurs](#)

[Fiche ressource – Calculs de l'animateur de réseau](#)

[Fiche ressource \(bloc 2\) – Communication managériale, performance et motivation](#)

[Fiche ressource \(bloc 2\) – Pilotage, tableaux de bord, budgets](#)